

Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa
Vol. 12 No. 2 September 2019: 191-206
Doi: <http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v12i2.3760>

ISSN 2442 - 9732 (Online)
ISSN 0216 - 3780 (Print)

THE ROLE OF CITIZENSHIP BEHAVIOR OF ALUMNI TOWARDS THEIR ALMA MATER: A DRIVER OF FINANCIAL AND SOCIAL GIVING BEHAVIOUR

Fitri Wulandari

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta
fitri.wulandari@iain-surakarta.ac.id

Abstract

Specifically, the purpose of this study is to analyze the essence of both the direct or indirect role of alumni's satisfaction with their alma mater. The higher alumni's satisfaction will further encourage alumni's involvement, and alumni's engagement indicates that it will influence citizenship behavior, and its influence in increasing financial and social giving behavior. The samples of this study are alumni of the Faculty of Economics and Business in Surakarta, with samples of 161 alumni. Sample technique used in this study is a non-probability sampling because of the representation of large samples that need attention and the sample used is different for each level. Based on the research model built, the data are analysed by using the Structure Equation Model (SEM) and the opened questions are streng then with interviews with alumni. The results of the study explain that alumni's satisfaction influence alumni's involvement and alumni's engagement. The results of the study also show that there is an influence of alumni's involvement and alumni's engagement towards citizenship behavior, and a influence citizenship behavior towards financial and social behavior. The result of this study supports the theory of discretionary collaborative behavior, where the effect of alumni satisfaction on alumni involvement is proven. This is indicated by path coefficients showing the strongest results. The results also show that the effect of citizenship behavior on social giving behavior is greater than that of citizenship behavior on financial giving behavior.

Keywords: *Alumni's involvement; alumni's satisfaction; alumni's engagement; citizenship behavior; financial giving and social giving*

Article History: Received: 30 Des 2018 Revised: 3 Aug 2019 Accepted: 6 Sep 2019

PENDAHULUAN

Output yang dihasilkan oleh perguruan tinggi adalah alumni. Alumni perguruan tinggi merupakan mahasiswa yang telah lulus dari perguruan tinggi dan kembali berkiprah di masyarakat. Alumni diharapkan menjadi salah satu faktor pendukung penting yang ditunggu kontribusinya untuk dapat membantu mengembangkan almamater (Hilbert, Kiel, Iskhakova,

Hilbert, & Hoffmann, 2016). Perguruan tinggi mengandalkan dukungan alumni dalam rangka menggerakkan atmosfir akademiknya, sehingga penelitian tentang faktor yang mendorong para alumni untuk berkomitmen dan bersedia membantu almamater sangat menarik untuk dikaji (Pedro, Pereira, & Carrasqueira, 2017).

Beberapa tahun terakhir ini, peranan alumni untuk memajukan kualitas suatu institusi pendidikan menjadi semakin diperhatikan karena menjadi salah satu indikator penting dalam penilaian akreditasi perguruan tinggi yaitu adanya keterlibatan peran alumni dalam komponen penilaiannya (Anggrainia & Kustijanab, 2015). Alumni sendiri mempunyai peran yang cukup strategis dalam membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya, yaitu untuk peningkatan kualitas pendidikan, kualitas pengembangan dan mendukung berbagai kegiatan di perguruan tinggi (Stephenson & Bell, 2014). Pandangan Anggrainia & Kustijanab (2015) menguatkan bahwa alumni diharapkan berperan sebagai katalis atau pengungkit dengan berbagai masukan kritis yang membangun untuk almamater. Penelitian Hilbert, Kiel, Iskhakova, Hilbert, & Hoffmann (2016) tentang partisipasi alumni di Universitas Wisconsin-Madison Amerika menunjukkan adanya peningkatan partisipasi yang cukup tinggi dari alumni, jika pada tahun 1973-1974 dukungan dana dari pemerintah sebesar 52%, sisanya dana dari Universitas dan dana hibah dari alumni, dimana dana hibah alumni pada tahun tersebut sebesar 35% dari total anggaran. Setelah dua puluh lima tahun komposisi menjadi terbalik, karena dana hibah, hadiah, dan dana perwalian telah mencapai 50% dari total anggaran, sedangkan dana dari pemerintah hanya sebesar 33%.

Alumni yang berprestasi dapat memainkan peran dalam membangun opini publik sekaligus menjadi alat promosi bagi almamater. Alumni juga diharapkan dapat mengembangkan berbagai jejaring dan membangun pencitraan lembaga terutama dari pandangan *stakeholder*. Salah satu peran alumni dalam mendukung organisasi adalah dalam bentuk donasi dari alumni, yang juga merupakan sumber alternatif selain dari Penerimaan Negeri Bukan Pajak (PNBP), Rupiah Murni (RM), dan Biaya Operasional Perguruan Tinggi Negeri (BOPTN) bagi pembiayaan perguruan tinggi. Pandangan dari Skarmas et al., (2010) menjelaskan bahwa alumni diharapkan dapat menyediakan dukungan dalam bentuk donasi keuangan dan non keuangan, membantu perekrutan dan juga karir lulusan baru, memberikan saran perbaikan, partisipasi dalam berbagai kegiatan alumni, dan menjadi relawan pendanaan pada almamater.

Alumni giving behaviors adalah dukungan alumni berupa dukungan finansial maupun dukungan sosial (Raheja & Khatri, 2018). Dukungan finansial berupa dukungan dalam donasi, dukungan dana-dana pengembangan serta dukungan beasiswa (Borden, Shaker, & Kienker, 2014). Sedangkan dukungan sosial berupa masukan-masukan yang membangun, pengembangan karir dan kesuksesan karir alumni yang pada akhirnya akan berdampak pada reputasi perguruan tinggi (Stephenson & Bell, 2014). *Alumni citizenship behavior* merupakan perilaku yang bersifat diskresioner, melakukan pekerjaan yang positif dan konstruktif dan perilaku yang memberikan manfaat untuk almamater (Shaari, Salleh, Perumal, & Zainol, 2016). *Citizenship behavior* sangat diperlukan karena tidak dapat dipungkiri bahwa peran dari filantropi pendidikan adalah sangat penting terutama dari alumni, sejalan dengan meningkatnya biaya yang dibutuhkan dalam meningkatkan mutu pendidikan dan pengembangan kelembagaan (Weerts, Cabrera, & Sanford, 2010).

Alumni engagement merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan keterhubungan antara alumni dengan almamaternya (Radcliffe, 2011). *Alumni involvement* merupakan partisipasi alumni pada kegiatan yang diadakan oleh almamater (Wang & Ashcraft, 2014). *Alumni involvement* adalah suatu keterlibatan terhadap almamater, dimana alumni terintegrasi dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan universitas atau fakultas (misalnya, mentoring dan interaksi dengan fakultas, atau terlibat kegiatan ekstrakurikuler) (Anggrainia & Kustijanab, 2015). Keterlibatan umumnya mengacu pada waktu dan usaha yang diinvestasikan untuk almamater seperti partisipasi dalam kegiatan yang dilakukan oleh universitas atau fakultas.

Alumni satisfaction adalah kepuasan alumni terhadap almamater yang terbentuk karena alumni merasakan kuliah di kampus yang banyak diminati, kampus yang berkomitmen dalam pengembangan kurikulum dan pengajaran, kampus yang menyediakan kursus untuk penguatan keahlian, kampus yang memiliki koleksi perpustakaan yang baik, hubungan baik dengan dosen dan staf akademik, serta kepuasan karena pengalaman akademik yang dimiliki pengaruh terhadap karir sekarang (Turan & Tunc, 2015). *Alumni satisfaction* akan meningkatkan *alumni involvement* dalam bentuk memberi dukungan dan/atau berpartisipasi dalam acara yang disponsori universitas/fakultas.

Riset *gap* dalam penelitian ini adalah pengaruh dari *alumni satisfaction* terhadap *financial giving behavior* dan *social giving behavior*. Berbagai studi menjelaskan bahwa *alumni satisfaction* yang tinggi akan semakin meningkatkan dukungan alumni terhadap almamater (Barber, 2012; Radcliffe, 2011; Raheja & Khatri, 2018). Namun survei lainnya menunjukkan bahwa terkadang alumni kurang tergerak untuk terlibat dengan almamaternya atau bahkan bersikap apatis (Wastyn, 2009). Sejalan dengan penelitian Holdsworth (2010) bahwa motivasi yang berbeda kadang mempengaruhi keinginan yang berbeda pula untuk berperilaku sukarela, perbedaan kesadaran sosial, jenis kelamin dan usia mempengaruhi cara dan alasan individu memilih untuk mengekspresikan *giving behaviors*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *alumni satisfaction* terhadap *alumni involvement* dan *alumni engagement*. Penelitian ini juga menguji pengaruh *alumni involvement* dan *alumni engagement* terhadap *citizenship behavior* dan dampaknya dalam meningkatkan *financial giving behavior* dan *social giving behavior*. Diharapkan dukungan terhadap almamater akan meningkatkan *voluntary support* dalam bentuk promosi maupun donasi bagi almamater. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini mengkaji anteseden dan konsekuensi *citizenship behavior*, dengan *alumni satisfaction*, *alumni involvement*, dan *alumni engagement* sebagai variabel anteseden dan *alumni giving behaviours* sebagai variabel konsekuensi. Hasil penelitian diharapkan bermanfaat sebagai masukan dalam membangun model hubungan antara alumni dengan almamater dan untuk membantu menjelaskan mengapa dan bagaimana seorang alumni memilih untuk terlibat dengan mendukung almamaternya.

TINJAUAN PUSTAKA

Alumni Giving Behaviours dalam Theory of Discretionary Collaborative Behavior

Pandangan Kanady (2015) tentang teori perilaku kolaboratif diskresioner sebagai pendukung penelitian ini menjelaskan hubungan antara alumni dan almamater. Diskresioner merupakan perilaku yang bukan menjadi kewajiban, tetapi sebagai perilaku sukarela untuk membantu. Merujuk pada konsep *relationship marketing*, organisasi seharusnya mempunyai pandangan bahwa para pemangku atau *stakeholders* adalah mitra; organisasi dengan segala proses dari dalam, berurusan dengan para *stakeholder* sebagai sebuah cara menciptakan nilai yang berdampak pada kemitraan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan menghadapi persaingan (Gilboa, Seger-guttmann, & Mimran, 2019; Skarmeas et al., 2010).

Dalam menjelaskan teori perilaku kolaboratif diskresioner, menurut Heckman & Guskey (1998) ada persyaratan yang harus dipenuhi agar jalinan kemitraan tersebut berjalan. Pertama bahwa alumni dalam melakukan perilaku *discretionary* tidak terikat oleh persyaratan atau kontrak apapun, kedua adanya sebuah usaha atau pengorbanan terkait dengan perilaku kolaboratif discretionary, ketiga bahwa individu tertentu lebih cenderung melakukan kegiatan diskresioner terutama untuk individu yang berpengetahuan, memiliki pengaruh dan paham informasi, keempat adalah adanya jaminan bahwa keterlibatan menyebabkan tingginya tingkat kepuasan dan kelima adalah perilaku kolaboratif diskresioner akan menyebabkan hubungan mendalam antara alumni dan almamater.

Pandangan dari Saraeh et al., (2018) bahwa cara alumni mendukung almamater adalah memberikan dukungan dalam bentuk pendanaan, walaupun hal tersebut bukan satu-satunya dukungan. Dukungan lain juga dibutuhkan seperti misalnya peran alumni untuk koneksi lembaga seperti menghubungkan dengan legislatif, koneksi dengan para profesional, perusahaan, yayasan dan lembaga donatur dalam bentuk *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan juga kampus dapat memanfaatkan peran alumni untuk membuka berbagai peluang dari dalam maupun luar kampus, dan terus membangun interaksi lebih intens dengan para alumnnnya (Wang & Ashcraft, 2014).

Radcliffe (2011) menjelaskan bahwa *alumni giving* berfokus pada empat bidang: karakteristik donor individu, praktik penggalangan dana, lingkungan eksternal, dan karakteristik kelembagaan. Karakteristik individu menyangkut sikap dan perilaku pendonor tentang bagaimana sikap alumni dan berhubungan dengan niatnya sebagai pendonor. Sikap dan perilaku dievaluasi menyangkut tentang bagaimana perasaan alumni terkait dengan pengalamannya selama menjadi mahasiswa, perasaan alumni tentang reputasi almamater dan bagaimana keterlibatannya dengan kegiatan almamater sebagai alumni.

Pengaruh Citizenship Behavior terhadap Financial and Social Giving Behaviour

Organizational citizenship behavior merupakan perilaku secara tidak langsung membantu organisasi, namun tidak dianggap menjadi bagian dari pekerjaan inti. Sehingga *Organizational Citizenship Behavior* sulit untuk dihargai secara finansial walaupun perilaku tersebut sangat membantu dan bermanfaat bagi organisasi. *Organizational citizenship behavior* menurut Organ, Podsakoff, & MacKenzie (2005) dijabarkan dalam lima dimensi yakni; pertama *altruisme* seperti perilaku membantu teman seprofesi yang mengalami

kesulitan dalam bekerja atau membantu menyelesaikan pekerjaan, kedua adalah kesadaran mengacu pada kesadaran seseorang untuk memiliki perilaku kerja dengan baik, ketiga adalah sportivitas merupakan perilaku yang tidak mengkritik melainkan memberi masukan dan memiliki sikap positif terhadap organisasi, keempat adalah kebajikan sipil (*civic virtue*) menunjukkan bahwa karyawan yang bijaksana mengambil bagian dalam kehidupan politik organisasi, kelima adalah *courtesy* (sopan santun) ditunjukkan dengan perilaku menghargai rekan kerja dan memperlakukan rekan kerja dengan hormat.

Citizenship behavior menurut Yadav & Punia (2014) adalah sebagai perilaku yang bersifat diskresioner, dimana perilaku tersebut diwujudkan dengan bantuan kepada almamater, partisipasi aktif pada kegiatan almamater, melakukan hal terbaik untuk kemajuan almamater. Perilaku diskresioner akan meningkatkan keterikatan emosional dengan almamater dan kualitas hubungan dengan almamater meningkat adalah faktor kunci keberhasilan dalam filantropi alumni. Sejalan dengan penelitian Raheja & Khatri (2018) *citizenship behavior* akan meningkatkan perilaku ekstrarole alumni kepada lembaga dalam bentuk *financial giving behaviour* dan *social giving behaviour*.

H1: Semakin tinggi *citizenship behavior*, semakin meningkat *financial giving behaviour*

H2: Semakin tinggi *citizenship behavior*, semakin meningkat *social giving behaviour*

Pengaruh Alumni Involvement terhadap Citizenship Behavior

Penelitian Radcliff (2011) menjelaskan bahwa alumni yang semasa mahasiswa memiliki keterikatan dengan almamater, cenderung lebih peduli pada almamaternya sehingga meningkatkan kesediaan alumni untuk peduli dan membantu almamater dengan kerelaan yang tinggi. Keterikatan tersebut berbentuk partisipasi alumni dalam kelompok sosial, keinginan untuk mengunjungi kampus, bersedia menghadiri berbagai acara kampus. Bahwa alumni yang terikat dengan kampus lebih bersedia untuk berkontribusi dengan almamater (Radcliffe, 2011).

Penelitian Wang & Ashcraft (2014) yang didukung oleh para peneliti sebelumnya menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mendorong alumni berkontribusi secara finansial yaitu *alumni involvement*. Semakin alumni terlibat pada berbagai kegiatan yang diadakan kampus saat masih sebagai mahasiswa, semakin tinggi keterlibatannya dengan kegiatan kampus saat ini. Faktor lainnya adalah keterlibatan dengan almamater ini karena keberhasilan atau kesuksesan secara ekonomi, keterikatan emosional dan hubungan yang kuat dengan almamater (Bekkers & Wiepking, 2011). Sejalan dengan penelitian Weerts et al., (2010) bahwa keterikatan alumni dengan lembaga akan meningkatkan perilaku *ekstra role* yang menguntungkan lembaga, termasuk berbagai dukungan finansial dan berpartisipasi aktif terhadap pengembangan lembaga.

H3: Semakin tinggi *alumni involvement*, semakin meningkat *citizenship behavior*

Pengaruh Alumni Engagement terhadap Citizenship Behavior

Konsep *engagement* awalnya ditentukan oleh Kahn (1990) sebagai pemanfaatan anggota organisasi ke dalam peran kerja. Pandangan Kahn (1990) lebih lanjut menyatakan keterlekatan diekspresikan secara fisik, kognitif, dan emosi dalam menjalankan peran dengan pekerjaan. Pandangan dari Agoi (2015) menjelaskan *engagement* sebagai suatu keterlekatan,

yang dicirikan dengan semangat, dedikasi dan penyerapan. Semangat mengacu pada tingkat ketahanan energi dan mental, kemauan untuk menginvestasikan usaha, dan ketekunan dalam menghadapi kesulitan. Dedikasi mengacu pada rasa makna, antusiasme, kebanggaan inspirasi, dan tantangan. Penyerapan (*absorption*) mengacu pada tingkat konsentrasi penuh dalam mengerjakan sesuatu.

Alumni engagement merupakan keterlekatan alumni dengan almamater yang diindikasikan dalam bentuk partisipasi alumni terhadap kegiatan sukarelawan yang dilakukan di kampus, seperti menghadiri berbagai kegiatan kampus, berperan pada kegiatan kampus secara sukarela, dan memiliki inisiatif serta memberikan masukan terhadap kampus (Radcliffe, 2011), yang temuan penelitiannya menjelaskan bahwa semakin tinggi *alumni engagement*, semakin meningkat perilaku sukarela berkontribusi untuk almamater.

H4: Semakin tinggi pengaruh *alumni engagement*, semakin meningkat *citizenship behavior*

Pengaruh *Alumni Satisfaction* terhadap *Alumni Engagement* dan *Alumni Involvement*

Penelitian Bakovi & Duževi (2014) menjelaskan bahwa *alumni satisfaction* terbentuk karena tingkat kepuasan alumni terhadap sistem akademik selama studi yang mendorong *alumni involvement*. *Alumni satisfaction* tinggi ketika terbangun kepuasan selama studi karena kedekatan hubungan dengan lingkungan kampus seperti rekan kuliah, para staf pengelola dan juga hubungan baik dengan dosen. Pertanyaan selanjutnya yang sering muncul dalam meningkatkan *alumni satisfaction* adalah apakah *alumni satisfaction* dibangun dari hubungan akademik atau justru hubungan non akademik.

Temuan penelitian Lazibat et al., (2014) menjelaskan bahwa hubungan akademik dan non akademik memiliki pengaruh yang dominan dalam meningkatkan *alumni involvement* seperti kurikulum yang mendukung karir ke depan dan kesuksesan karir ke depan, kepuasan dengan pekerjaan sekarang, kepuasan karena memiliki penghasilan, kepuasan dengan prestasi program studi, reputasi kampus yang bagus dan kemajuan kampus saat ini. Selanjutnya dijelaskan bahwa semakin tinggi *alumni satisfaction* berkaitan dengan sistem akademik dan keterlibatan selama studi, semakin besar kemungkinan alumni untuk memberi dan berpartisipasi dengan kegiatan kampus. Alumni yang puas dengan pengalaman pendidikan mereka atau merasakan keterikatan emosional yang positif pada lembaga akan lebih mungkin berkontribusi kepada lembaga (Radcliffe, 2011).

H5: Semakin tinggi *alumni satisfaction*, semakin meningkat *alumni engagement*.

H6 : Semakin tinggi *alumni satisfaction*, semakin meningkat *alumni involvement*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada alumni Jurusan Perbankan Syariah, Akuntansi Syariah, dan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *nonprobability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dalam penelitian ini direkomendasikan bahwa ukuran sampel yang ideal adalah antara 100 sampai 200 harus digunakan untuk metode estimasi Maximum

Likelihood (ML) (Ghozali, 2011; Hair, Anderson, Babin, & Black, 2010). Jumlah angket yang disebarkan dalam penelitian ini adalah 236 dan angket yang kembali dan dapat digunakan untuk analisis data berjumlah 161 angket.

Alumni engagement diukur dengan bersemangat membantu almamater, kesediaan alumni untuk mengupayakan keberhasilan almamater, bangga sebagai alumni, memiliki dedikasi yang kuat untuk almamater, dan memiliki kesesuaian nilai dengan almamater (Barber, 2012). *Alumni satisfaction* diukur dengan beberapa indikator yaitu kepuasan karena selama studi dengan memiliki pengalaman studi yang menyenangkan, kepuasan karena memiliki hubungan baik dengan dosen, staf, rekan kuliah, dan terlibat dengan organisasi kampus, kepuasan karena kampus dikenal *stakeholder* dan kepuasan karena mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan bidang kompetensi (Lazibat et al., 2014; Leary et al., 2013). *Alumni involvement* diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut yaitu terlibat dengan berbagai kegiatan almamater, bersedia menghadiri acara yang diselenggarakan almamater, berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan almamater, memiliki keinginan untuk mengunjungi almamater (Baruch & Sang, 2012). *Citizenship behavior* diukur dengan indikator yang terdiri dari perilaku sukarela membantu almamater, berpartisipasi secara sukarela menghadiri pertemuan-pertemuan yang tidak wajib, namun dianggap penting oleh almamater, berinisiatif menyarankan ide-ide perbaikan kepada almamater, menghargai apa yang telah diupayakan almamater, serta adanya kesadaran bahwa yang dilakukan sekarang memiliki dampak pada almamater (Organ et al., 2005; Raheja & Khatri, 2018; Yadav & Punia, 2014). *Alumni financial giving behavior* diukur dengan indikator-indikator yaitu partisipasi alumni dalam *giving behavior* dapat berupa kesediaan untuk membantu secara finansial, partisipasi pada kegiatan penggalangan dana bagi almamater, memperhatikan kebutuhan mahasiswa tidak mampu dengan beasiswa, dan berusaha membangun jaringan untuk meningkatkan pendanaan kampus (Raheja & Khatri, 2018; Zabatta, 2017). *Alumni social giving behaviour* diukur menggunakan beberapa indikator sebagai berikut: menyumbangkan waktu, tenaga, pikiran dan keahlian terhadap almamater, secara sukarela menginformasikan kesempatan karir di perusahaan tempat bekerja, secara sukarela mengimpormasikan kepada orang lain hal yang positif terkait dengan almamater, menjadi perwakilan alumni di tempat bekerja sekarang (Raheja & Khatri, 2018; Stephenson & Bell, 2014).

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan teknik analisis menggunakan AMOS 21 dengan persamaan struktural sebagai berikut:

- 1) $alumni\ engagement = \beta_1 alumni\ satisfaction + Z_1$
- 2) $alumni\ involvement = \beta_1 alumni\ satisfaction + Z_2$
- 3) $citizenship\ behaviour = \beta_2 alumni\ engagement + \beta_3 alumni\ involvement + Z_3$
- 4) $social\ giving\ behaviour = \beta_4 citizenship\ behaviour + Z_4$
- 5) $financial\ giving\ behaviour = \beta_4 citizenship\ behaviour + Z_5$

Karakteristik responden yang diteliti berdasarkan hasil uji tabulasi silang antara jenis kelamin dan pendidikan responden yang tersaji pada tabel 1 ditunjukkan sebagai berikut;

Tabel 1
Hasil Tabulasi Silang Pengalaman Kerja dan Jurusan Responden

Keterangan		Alumni			Total
		MBS	PBS	AKS	
Pengalaman	Sudah/pernah bekerja	53	38	27	118
	Wiraswasta	13	15	15	43
	Total	66	53	42	161

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa sebagian besar yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah mereka yang memiliki pengalaman kerja formal sebanyak 118 responden atau 73%, sedangkan yang sejak awal memang lebih memiliki menjadi *entrepreneur* sebanyak 43 responden atau 23%. Responden dari Jurusan Manajemen Bisnis Syariah (MBS) memiliki jumlah responden terbanyak yang memiliki pengalaman kerja pada bidang formal yaitu 45% dari total responden, disusul oleh Jurusan Perbankan Syariah (PBS) dan Akuntansi Syariah (AKS).

Pengujian validitas konstruk dilakukan dengan membuang item yang memiliki nilai *loading factor* dibawah 0.5. Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian dengan menggunakan program AMOS yang menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai *loading factor* diatas 0.5, sehingga semua item dinyatakan valid (Ghozali, 2011). Hasil menunjukkan bahwa *alumni involvement*, *alumni satisfaction*, *alumni engagement*, *citizenship behavior*, *financial giving* and *social giving* berdasarkan nilai *cut off statistic Composite Reliability (CR)* memiliki nilai lebih dari 0.7, serta *Average Variance Extract (AVE)* juga memiliki nilai lebih dari 0.7.

Tabel 2
Variabel Penelitian, Standardized Loading Factor, Composite Reliability (CR) and Average Variance Extract (AVE)

No.	Variabel Penelitian	Standardized Loading Factor	Composite Reliability (CR)	AVE
1	<i>Alumni Involvement</i>		0,86	0,75
	• Saya terlibat dengan berbagai kegiatan yang dilakukan almamater saya	0,85		
	• Saya bersedia menghadiri acara yang diselenggarakan almamater saya	0,85		
	• Saya berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan almamater	0,86		
	• Saya memiliki keinginan untuk mengunjungi almamater	0,82		
2	<i>Alumni Satisfaction</i>		0,81	0,74
	• Saya puas dengan almamater karena pengalaman studi saya	0,77		
	• Saya puas dengan almamater yang sudah dikenal stakeholder	0,84		

No.	Variabel Penelitian	Standardized Loading Factor	Composite Reliability (CR)	AVE
3	<ul style="list-style-type: none"> • Saya puas dengan almamater karena selama kuliah memiliki hubungan baik dengan dosen, karyawan dan rekan kuliah dan terlibat dengan organisasi kampus 	0,78	0,76	0,73
	<ul style="list-style-type: none"> • Saya puas dengan almamater saya karena mendapat pekerjaan yang sesuai dengan bidang kompetensi saya 	0,82		
	<i>Alumni Engagement</i>			
4	<ul style="list-style-type: none"> • Saya bersemangat membantu almamater saya 	0,67	0,82	0,71
	<ul style="list-style-type: none"> • Saya bangga menjadi alumni 	0,70		
	<ul style="list-style-type: none"> • Saya memiliki dedikasi kuat untuk almamater saya 	0,52		
5	<i>Citizenship Behavior</i>		0,82	0,75
	<ul style="list-style-type: none"> • Jika diperlukan saya bersedia membantu almamater 	0,79		
	<ul style="list-style-type: none"> • Saya berinisiatif menyarankan ide-ide perbaikan 	0,84		
6	<ul style="list-style-type: none"> • Saya berperilaku baik di tempat kerja untuk menjaga nama baik saya sendiri dan almamater saya 	0,81	0,72	0,75
	<i>Financial Giving Behaviour</i>			
	<ul style="list-style-type: none"> • Saya berpartisipasi pada kegiatan penggalangan dana dari para alumni untuk almamater saya 	0,80		
6	<ul style="list-style-type: none"> • Saya bersedia membantu secara finansial untuk almamater saya 	0,82	0,72	0,75
	<ul style="list-style-type: none"> • Saya bersedia membangun jaringan untuk membantu pendanaan almamater saya 	0,79		
	<i>Social Giving Behaviour</i>			
6	<ul style="list-style-type: none"> • Saya bersedia menyumbangkan tenaga, pikiran dan keahlian saya untuk almamater saya 	0,67	0,72	0,75
	<ul style="list-style-type: none"> • Saya secara sukarela bersedia menginformasikan kesempatan karir di tempat saya bekerja kepada almamater saya 	0,74		

No.	Variabel Penelitian	Standardized Loading Factor	Composite Reliability (CR)	AVE
	• Saya menginformasikan hal-hal positif tentang almamater saya	0,54		

Goodness of fit merupakan indikasi dari perbandingan model yang dispesifikasi dengan matriks kovarian antar indikator atau observed variable. Jika *goodness of fit* yang dihasilkan suatu model itu baik maka model tersebut dapat diterima dan juga sebaliknya jika *goodness of fit* yang dihasilkan oleh model itu buruk maka model tersebut harus ditolak atau dilakukan modifikasi model.

Dalam suatu penelitian empiris, seorang peneliti tidak dituntut untuk melaporkan semua kriteria *goodness of fit* model karena hal itu tentunya sangat sulit mengingat banyak ukuran *overall fit model*. Hasil pengujian *goodness of fit* pada penelitian ini menghasilkan nilai TLI adalah 0,89 (marginal), CFI sebesar 0,91 (fit), nilai GFI adalah 0,84 (marginal), nilai CMIN/DF adalah 0,1705 (fit) dan nilai RMSEA adalah 0,069 (fit), sehingga dapat diputuskan untuk menerima model ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sedangkan untuk hasil *standardized regression weight* dapat dilihat dalam tabel 3.

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Persamaan Struktural

Hipotesis	Estimasi	SE	P
H1: <i>Citizenship Behaviour</i> → <i>Financial Giving Behaviour</i>	0,26	0,10	0,01*
H2: <i>Citizenship Behavior</i> → <i>Social Giving Behaviour</i>	0,35	0,08	0,00*
H3: <i>Alumni Involvement</i> → <i>Citizenship Behavior</i>	0,16	0,07	0,03*
H4: <i>Alumni Engagement</i> → <i>Citizenship Behavior</i>	0,42	0,13	0,00*
H5: <i>Alumni Satisfaction</i> → <i>Alumni Engagement</i>	0,27	0,09	0,00*
H6: <i>Alumni Satisfaction</i> → <i>Alumni Involvement</i>	0,50	0,11	0,00*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menjelaskan terdapat pengaruh *citizenship behaviour* terhadap *financial giving behaviour*. Nilai estimasi 0,26, nilai SE sebesar 0,10 dan nilai signifikansi ($0,013 < 0,05$) sehingga H1 diterima. Terdapat pengaruh positif signifikan *citizenship behaviour* terhadap *financial giving behaviour*. Variabel *citizenship behaviour* pada indikator terbesarnya menjelaskan bahwa kerelaan untuk berinisiatif menyarankan ide-ide perbaikan kepada almamater akan semakin tinggi dalam meningkatkan *financial giving behaviour*. Kesiadaan alumni untuk membantu secara finansial memiliki nilai yang tertinggi. Baru disusul dengan kesiadaan alumni untuk melakukan kegiatan penggalangan dana misalnya melakukan kegiatan temu alumni sekaligus mengadakan kegiatan penggalangan dana.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *citizenship behaviour* terhadap *social giving behaviour*. Nilai estimasi 0,35, nilai SE sebesar 0,08 dan nilai signifikansi ($0,000 < 0,01$) sehingga H2 diterima. Terdapat pengaruh positif signifikan *citizenship behaviour* terhadap *social giving behaviour*. Variabel *citizenship behavior* nilai terbesar pada indikator ketiga yang menjelaskan bahwa kerelaan untuk berinisiatif menyarankan ide-ide perbaikan kepada almamater akan semakin meningkatkan *social giving behaviour* dengan indikator tertingginya adalah secara sukarela menginformasikan kesempatan karir di perusahaan tempat bekerja, selanjutnya adalah kesediaan menyumbangkan tenaga, pikiran dan keahlian untuk almamater.

Hasil penelitian menjelaskan adanya terdapat pengaruh *alumni involvement* terhadap *citizenship behaviour*. Nilai estimasi 0,159, SE sebesar 0,07 dan nilai signifikansi ($0,030 < 0,05$) sehingga H3 diterima. Terdapat pengaruh positif signifikan *alumni involvement* terhadap *citizenship behaviour*. Variabel *alumni involvement* dengan nilai indikator terbesar pada memiliki waktu dan usaha untuk menghadiri berbagai undangan dari almamater. Kedua adalah berpartisipasi pada kegiatan yang diadakan almamater. Semakin alumni bersedia meluangkan waktu dan usaha untuk menghadiri berbagai undangan dari almamater, semakin mendorong mereka memberikan ide-ide atau gagasan perbaikan kepada almamater. Semakin alumni berpartisipasi pada kegiatan yang diadakan almamater, semakin meningkat kesediaannya untuk memberikan ide-ide perbaikan yang membangun.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat pengaruh *alumni engagement* terhadap *citizenship behaviour*. Nilai estimasi 0,419, SE sebesar 0,13 dan nilai signifikansi ($0,000 < 0,01$) sehingga H4 diterima. Terdapat pengaruh positif signifikan *alumni engagement* terhadap *citizenship behaviour*. Variabel *alumni engagement* memiliki nilai indikator terbesar pada kebanggaan menjadi alumni dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN. Kedua adalah bersemangat untuk membantu keberhasilan almamater. Semakin alumni memiliki perasaan bangga menjadi bagian dari FEBI akan semakin mendorong untuk memberikan ide-ide atau gagasan perbaikan kepada almamater. Semakin alumni bersedia untuk mengupayakan dan terlibat dalam keberhasilan almamater, semakin terdorong memberikan ide-ide perbaikan untuk almamater. Mahasiswa yang selama kuliah memiliki toleransi tinggi terhadap ketidaknyamanan baik pelayanan akademik maupun administrasi, ketika menjadi alumni memiliki tingkat *citizenship behaviour* yang lebih tinggi.

Hasil penelitian menjelaskan terdapat pengaruh antara *alumni satisfaction* terhadap *alumni engagement*. Nilai estimasi 0,273, SE sebesar 0,09 dan nilai signifikansi ($0,002 < 0,01$) sehingga H5 diterima. Terdapat pengaruh positif signifikan *alumni satisfaction* terhadap *alumni engagement*. Nilai indikator terbesar adalah pada perasaan puas telah menyelesaikan kuliah di FEBI, karena FEBI sekarang telah menjelma menjadi lembaga yang semakin dikenal masyarakat/stakeholder memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan indikator yang lainnya yang mempengaruhi *alumni engagement*. Kedua adalah mahasiswa merasa puas karena dengan kuliah di FEBI mereka mudah dalam mencari pekerjaan. Ketiga yang menjelaskan bahwa mahasiswa yang selama studi memiliki hubungan baik dengan dosen, karyawan dan rekan kuliah dan terlibat dengan kegiatan dan organisasi intra/ekstra kampus memiliki tingkat tinggi mempengaruhi *alumni engagement*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *alumni satisfaction* terhadap *alumni involvement*. Nilai estimasi 0,497, SE sebesar 0,11 dan nilai signifikansi ($0,000 < 0,01$) sehingga H6 diterima. Terdapat pengaruh positif signifikan *alumni satisfaction* terhadap *alumni involvement*. Nilai estimasi menunjukkan nilai terbesar dibandingkan dengan pengaruh variabel yang lain. Nilai indikator terbesar pada merasa puas telah menyelesaikan kuliah di FEBI karena FEBI sekarang telah menjelma menjadi lembaga yang semakin dikenal masyarakat/*stakeholder* memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya yang mempengaruhi *alumni involvement*. Kedua adalah mahasiswa merasa puas karena mendapat pekerjaan yang sesuai dengan bidang kompetensi yang menyebabkan mereka memiliki tingkat *alumni involvement* yang tinggi. Mahasiswa yang selama studi banyak terlibat dengan organisasi intra/ekstra kampus, mereka semakin bersedia meluangkan waktu dan usaha untuk menghadiri berbagai undangan dari almamater. Begitu juga dengan alumni yang semasa mahasiswa tekun belajar dan lebih banyak menghabiskan waktu di kampus, semakin bersedia untuk meluangkan waktu dan usaha untuk menghadiri berbagai undangan dari almamater.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *alumni satisfaction* terhadap *alumni engagement* dan *alumni involvement*. Hasil penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh *citizenship behavior* terhadap *financial giving behaviour* dan *social giving behavior*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Radcliffe (2011) yang menjelaskan bahwa kegiatan alumni memiliki signifikansi terbesar dalam keberhasilan pengumpulan dana. Sebagian besar literatur berfokus pada karakteristik donor yang menunjukkan adanya pengaruh almamater untuk mendukung pengalangan dana yang sukses. Bantuan donor tentu merupakan kabar baik bagi para universitas terhadap *alumni involvement* dan keterkaitannya dengan perilaku sukarela yang mendorong *alumni giving*. Semakin tinggi kemampuan almamater untuk merangkul alumni dan membangun hubungan baik melalui *alumni involvement*, semakin meningkat pula kepedulian alumni terhadap almamater dan pada akhirnya akan meningkatkan alumni giving behaviour, terutama pada *social giving behaviour* (Radcliffe, 2011). Hasil penelitian sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya (Lazibat et al., 2014; Radcliffe, 2011) bahwa *alumni satisfaction* lebih mendorong *alumni involvement*. Dan juga Raheja & Khatri (2018) bahwa *alumni giving behaviour* terjadi karena adanya kerelaan yang kuat dari para alumni untuk mendukung almamater.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian Kanady (2015) bahwa *alumni involvement* memainkan peran penting dalam kemajuan dan keberhasilan suatu lembaga. Beberapa alumni memilih untuk terlibat dalam berbagai cara dan untuk berbagai alasan. Bidang keterlibatan tidak terbatas pada keanggotaan asosiasi alumni, kesukarelaan, pengaruh politik, dan sumbangan dana. Pengalaman alumni dan faktor demografi yang mempengaruhi keterlibatan alumni perlu mendapat perhatian yang lebih ditingkatkan. Faktor-faktor demografi Juga dapat mempengaruhi keterlibatan alumni. Faktor demografi meliputi: jarak dari institusi, status perkawinan, tahun sejak kelulusan, dan jenis kelamin. Hubungan emosional yang dirasakan alumni terhadap almamater merupakan faktor pendukung penting dalam studi-studi sebelumnya. Kegiatan alumni menjadi kunci penting pendorong kemajuan kampus karena alumni diharapkan dapat sebagai penyumbang fundamental bagi kemajuan kampus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *alumni engagement* dan *alumni involvement* terhadap *citizenship behavior*. Sejalan dengan penelitian Wapner (2017) bahwa partisipasi mahasiswa dalam organisasi kampus memiliki hubungan yang signifikan terhadap *alumni giving behaviour*. Partisipasi dalam kegiatan kemahasiswa baik intra/ekstra secara positif meningkatkan kemungkinan pemberian kepada universitas kedepannya. Penelitian ini juga mengkonfirmasi dan memperkuat argumen sebelumnya tentang kolaborasi yang lebih erat antara alumni dengan almamater sangat didukung oleh partisipasi mahasiswa selama mereka studi, lebih mendorong mereka melakukan *giving behaviour* seperti menghasilkan berbagai prestasi untuk lembaga, memperbaiki citra kampus, mencoba membangun jejaring dengan berbagai elemen masyarakat dan hubungan ini biasanya terus terjalin sampai para alumni bekerja.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *alumni satisfaction* terhadap *alumni involvement*. Terdapat pengaruh signifikan kepuasan alumni terhadap *alumni engagement*. Hasil juga menunjukkan bahwa *alumni involvement* dan *alumni engagement* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *citizenship behavior*. Pengaruh *citizenship behavior* terhadap *alumni giving behaviour* lebih besar nilainya pada *social giving behavior* dibandingkan dengan *financial giving behaviour*. Hasil penelitian juga membuktikan adanya pengaruh *alumni satisfaction* secara signifikan terhadap *alumni involvement* adalah terbukti, dengan koefisien jalur yang menunjukkan hasil yang terkuat.

IMPLIKASI

Strategi terbaik dalam penelitian ini adalah peran *alumni satisfaction* dalam mendorong *alumni involvement* sehingga meningkatkan *citizenship behavior* dan pada akhirnya meningkatkan *social giving behaviour*. Dengan demikian implikasi manajerial dalam penelitian ini adalah: *Alumni satisfaction* memiliki peran penting dalam mendorong *alumni involvement*. Kedepan perlu ditingkatkan networking yang baik dari lembaga dengan berbagai *stakeholder* di luar kampus, sekaligus ditingkatkan peran lembaga di luar kampus. Kepuasan alumni ditentukan dari kemudahan mencari pekerjaan setelah lulus, sehingga pentingnya melakukan perbaikan dari dalam kampus dan terus meningkatkan kerjasama dengan *stakeholder*. Perlu terus dilakukan perbaikan dalam input dan proses input terkait dengan proses rekrutment mahasiswa baru, proses perbaikan kurikulum dan proses belajar, serta sarana dan prasarana yang mendukung perkuliahan.

Upaya meningkatkan *alumni involvement* dapat dilakukan dengan mendorong kampus untuk mengadakan berbagai kegiatan bersama dengan alumni seperti membangun career center untuk para mahasiswa yang baru lulus, kegiatan temu alumni, mengundang alumni untuk menjadi motivator untuk adik tingkatnya pada kegiatan seminar, *workshop*, wisuda, dan stadium general. Untuk meningkatkan agar tercipta *citizenship behavior* antara alumni dan almamater maka kampus perlu meningkatkan berbagai kegiatan seperti mengundang alumni untuk memberikan masukan-masukan yang membangun, mendorong alumni memberikan ide

atau gagasan untuk pengembangan kampus ke depan terutama berkaitan dengan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan di dunia kerja.

Untuk meningkatkan *alumni giving* terhadap almamater dapat dilakukan dengan membangun kesesuaian nilai antara alumni dengan kampus. Kedepan yang perlu dilakukan adalah fakultas harus terus memperbaiki secara berkesinambungan visi, misi dan tujuannya agar selaras dengan perkembangan jaman, visi yang mengarah organisasi unggul serta mewujudkan misi dan tujuan secara bertahap. Kelekatan alumni selama menjadi mahasiswa dengan organisasi diharapkan terus meningkatkan *alumni giving* melalui partisipasi alumni terhadap organisasi alumni secara aktif dan juga dukungan alumni dalam bentuk berbagai masukan yang membangun.

KETERBATASAN DAN SARAN

Populasi dalam penelitian hanya alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Surakarta yang dimungkinkan memiliki karakteristik yang sama karena berada dalam wilayah yang sama dan memiliki kesamaan dalam kultur akademiknya, sehingga penelitian ini memiliki keterbatasan jika digeneralisasikan secara luas.

Penelitian ini fokus pada *financial giving behaviour* dan *social giving behavior* pada kampus atau almamater, ke depan dapat dikembangkan dengan konsep yang berbeda dalam membahas kontribusi alumni terhadap almamater karena pada kenyataannya banyak sekali partisipasi alumni selain finansial dan sosial yang dapat digunakan dalam mengukur *alumni giving*. Sejalan dengan pandangan (Raheja & Khatri, 2018; Stephenson & Bell, 2014; Weerts et al., 2010), ke depan penelitian tentang alumni tidak hanya dikembangkan dengan teori perilaku kolaboratif diskresioner, namun dapat ditelaah lebih lanjut dengan teori-teori yang relevan seperti teori pertukaran sosial, teori investasi, dan teori harapan untuk menjelaskan *alumni giving behaviour*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoi, L. F. (2015). Effect of work engagement on employee turnover intention in public sector, Kenya. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, III(12), 426–440. Retrieved from <http://ijecm.co.uk/>
- Anggrainia, R. R., & Kustijanab, D. H. (2015). Keterkaitan antara faktor-faktor organisasi, identifikasi alumni, keterikatan alumni, dan dukungan alumni pada almamater. *Fokus Manajerial Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1), 73–90. Retrieved from <http://fokusmanajerial.org>
- Barber, K. D. (2012). *A study of alumni engagement and satisfaction as related to alumni volunteerism and philanthropy*. Doctoral dissertation, Valdosta State University.
- Baruch, Y., & Sang, K. J. C. (2012). Predicting MBA graduates' donation behaviour to their alma mater. *Journal of Management Development*, 31(8), 808–825.
- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(5), 924–973. <https://doi.org/10.1177/0899764010380927>

- Borden, V. M. H., Shaker, G. G., & Kienker, B. L. (2014). The impact of alumni status on institutional giving by faculty and staff. *Res High Educ*, 55, 196–217. <https://doi.org/10.1007/s11162-013-9318-3>
- Ghozali, I. (2011). *Model persamaan struktural: Konsep aplikasi dengan program AMOS 21*. Semarang: Undip Press.
- Gilboa, S., Seger-guttmann, T., & Mimran, O. (2019). Journal of retailing and consumer services the unique role of relationship marketing in small businesses' customer experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 152–164.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (Vol. 7). Pearson Upper Saddle River, NJ.
- Heckman, R., & Guskey, A. (1998). The relationship between Alumni and University: Toward a theory of discretionary collaborative behavior. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 6(2), 97–112. <https://doi.org/10.1080/10696679.1998.11501799>
- Hilbert, A., Kiel, C., Iskhakova, L., Hilbert, A., & Hoffmann, S. (2016). An integrative model of alumni loyalty — an empirical validation among Graduates from German and Russian Universities. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 28(2), 129–163. <https://doi.org/10.1080/10495142.2015.1006490>
- Holdsworth, C. (2010). Why volunteer ? Understanding motivations for student volunteering. *British Journal of Educational Studies*, 58(4), 421–437. <https://doi.org/10.1080/00071005.2010.527666>
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *The Academy of Management Journal*, 33(4), 692–724. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/256287>
- Kanady, J. (2015). *An examination of alumni engagement at Rowan University*. Rowan University.
- Lazibat, T., Bakovic', T., & Duz'evic, I. (2014). How perceived service quality influences students' satisfaction ? Teachers' and students' perspectives. *Total Quality Management & Business Excellence*, 25(8), 37–41. <https://doi.org/10.1080/14783363.2014.916036>
- Leary, T. G., Green, R., Denson, K., Schoenfeld, G., Henley, T., & Langford, H. (2013). The relationship among dysfunctional leadership dispositions, employee engagement, job satisfaction, and burnout. *The Psychologist-Manager Journal*, 16(2), 112.
- Organ, D. W., Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. (2005). *Organizational citizenship behavior: Its nature, antecedents, and consequences*. USA: Sage Publications.
- Pedro, I. M., Pereira, L. N., & Carrasqueira, H. B. (2017). Determinants for the commitment relationship maintenance between the alumni and the alma mater. *Journal of Marketing for Higher Education*, 1–26. <https://doi.org/10.1080/08841241.2017.1314402>
- Radcliffe, S. (2011). *A study of alumni engagement and its relationship to giving behaviors*. Bucknell University.
- Raheja, N., & Khatri, P. (2018). Citizenship behavior, social and financial giving behavior of alumni towards their alma mater- Prospects and areas for research. *Asian Journal of Management*, 9(1), 23–34. <https://doi.org/10.5958/2321-5763.2018.00005.7>
- Saraeh, U. N., Irwani, N., Rahman, A., Noordin, N., Ramlan, S. N., Ahmad, R., & Fo, M. (2018). The influence of students' experience on alumni giving in Malaysian Public Educational

- Institution. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 150).
- Shaari, H., Salleh, S., Perumal, S., & Zainol, F. A. (2016). Understanding and conceptualizing alumni citizenship behavior: Initial study. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 2(2), 13–20.
- Skarmas, D., Shabbir, H., Hultman, M., & Baltas, G. (2010). Determinants and consequences of alumni identification. *Academy Publies Of Administration Publish*. Retrieved from <http://www.apas.admpubl.snsipa.ro/handle/2010/153>
- Stephenson, A. L., & Bell, N. (2014). Motivation for alumni donations: a social identity perspective on the role of branding in higher education. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 19, 176–186. <https://doi.org/10.1002/nvsm>
- Turan, A., & Tunc, A. O. (2015). Explaining career satisfaction on the basis of alumni satisfaction, gap period and gender: Evidence from Turkish Higher Education. *Asian Social Science*, 11(24), 229–239. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n24p229>
- Wang, L., & Ashcraft, R. F. (2014). Organizational commitment and involvement: Explaining the decision to give to associations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(2S), 61S–83S. <https://doi.org/10.1177/0899764013515755>
- Wapner, S. G. (2017). *Organizational identification and alumni giving: The role of external student organizations*. The Ohio State University.
- Wastyn, M. L. (2009). Why alumni don't give: A qualitative study of what motivates non-donors to higher education. *International Journal of Educational Advancement*, 9(2), 96–108. <https://doi.org/10.1057/ijea200931>
- Weerts, D. J., Cabrera, A. F., & Sanford, T. (2010). Beyond giving: political advocacy and volunteer behaviors of public University alumni. *Res High Educ*, 51, 346–365. <https://doi.org/10.1007/s11162-009-9158-3>
- Yadav, P., & Punia, B. K. (2014). Organisational citizenship behavior: A review of antecedent, correlates, outcomes and future research directions. *IJHPD*, 2(2), 1–19. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/261984402>
- Zabatta, L. (2017). *Alumni giving: A relationship between on-campus alumni engagement, participation and financial support*. Johnson & Wales University.